

Agendapunt 6c: Communicatieplan 2027



Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
2. Programma-overstijgende samenwerking	4
2.1 EFRO-communicatiewerkgroep.....	4
2.2 Samenwerking op lidstaatniveau	4
2.3 Integrale communicatie over meerdere Europese programma's.....	4
3. Communicatiedoelgroepen, -doelstellingen en kernboodschap	4
3.1 Doelgroepen	4
3.2 Communicatiedoelstellingen.....	6
3.3 Kernboodschap.....	7
4. Aanpak en acties in het kader van de speerpunten	7
4.1. Speerpunt 1: Ondersteunen van aanvragers bij succesvolle uitvoering en afronding en het delen van kennis, resultaten en goede voorbeelden.....	7
4.1.1 Aanvragers.....	7
4.1.2 Communicatieactiviteiten	7
4.1.3 Specificatie van de betrokken doelgroepen.....	8
4.2 Speerpunt 2: Faciliteren en ondersteunen van strategische EU-projecten	9
4.3 Speerpunt 3: Het verhaal van OPZuid 2021-2027 tot nu toe.....	14
4.4 Speerpunt 4: Vergroten van de zichtbaarheid van de Europese Unie	14
4.4.1 Projecten en Europese programma's in de media	15
4.4.2 Publieksevenementen	16
4.5 Speerpunt 5: Jaarlijkse deelname aan de jaarvergadering EFRO.....	16
4.6 Speerpunt 6: Informeren over het nieuwe MFK	16
4.7 Speerpunt 7: Het borgen van de kennis van deze programmaperiode	17
5. Communicatiekanalen	18
5.1 Overzicht	18
5.2. Communicatiekanalen lidstaat en Europese Commissie	18
6. Indicatoren voor monitoring en evaluatie van communicatie.....	18
7. Begroting 2027	18

1. Inleiding

2027 zal het laatste jaar zijn waarin verleningsbeschikkingen worden verstuurd voor het programma OPZuid 2021-2027. De communicatie richt zich daarom niet alleen meer op het informeren over lopende subsidiemogelijkheden, maar ook op het begeleiden van projecten tijdens de uitvoering voor wat betreft de communicatievereisten en op het zichtbaar maken van de resultaten van het programma.

Door de maatschappelijke impact van projecten te laten zien, laten we zien hoe Europese middelen bijdragen aan innovatie, duurzaamheid en economische ontwikkeling in Zuid-Nederland. Daarbij bouwen we voort op de ervaringen, samenwerkingen en verhalen die in de afgelopen jaren zijn opgebouwd.

Onze aandacht gaat in 2027 uit naar zeven speerpunten:

1. Het ondersteunen van aanvragers bij de succesvolle uitvoering en afronding van projecten en het delen van kennis, resultaten en mooie voorbeelden.
2. Het ondersteunen van strategische projecten bij de organisatie van hun publieksevenement, door nadruk te leggen op de zichtbaarheid van de behaalde resultaten en maatschappelijke impact.
3. Het verhaal van OPZuid 2021-2027 tot nu toe vertellen.
4. Het vergroten van de zichtbaarheid van de Europese Unie en de maatschappelijke meerwaarde van Europese programma's en projecten, met bijzondere aandacht voor publieke doelgroepen.
5. Het bijwonen van de jaarlijkse EFRO-jaarvergadering met de Europese Commissie, waarin de voortgang, resultaten en impact van de Nederlandse EFRO-programma's centraal staan.
6. Het informeren van stakeholders, projectpartners en de interne organisatie over de ontwikkelingen rondom het Meerjarig Financieel Kader (MFK) en de voorbereiding op de nieuwe Europese programmaperiode.
7. Het borgen van kennis van deze programmaperiode.

Deze speerpunten zijn uitgewerkt in hoofdstuk 4.

2. Programma-overstijgende samenwerking

Naast de genoemde speerpunten, die met name betrekking hebben op de communicatie over het OPZuid-programma, hechten we ook veel belang aan samenwerking en kruisbestuiving. Met andere EFRO-beheerautoriteiten, de betrokken provincies en ministeries en de (Nederlandse) Vertegenwoordiging van de Europese Commissie. Maar ook programma-overstijgend met bijvoorbeeld de uitvoeringsorganisaties van JTF en GLB.

2.1 EFRO-communicatiewerkgroep

Ook in 2027 blijft Stimulus actief deelnemen aan de landelijke EFRO-communicatiewerkgroep. Binnen deze werkgroep stemmen de beheerautoriteiten gezamenlijke communicatieactiviteiten af, delen zij ervaringen en ontwikkelen zij gezamenlijke initiatieven om de zichtbaarheid van de Europese Unie te vergroten.

In 2027 zullen we succesvolle praktijkvoorbeelden delen en aandacht besteden aan de voorbereiding op de volgende Europese programmaperiode. De samenwerking richt zich onder meer op:

- Kennisontwikkeling via het INFORM-netwerk van de Europese Commissie. Dit bestaat uit het bijwonen van een halfjaarlijks event en online workshops voor communicatieadviseurs van Europese programma's.
- Gezamenlijke invulling van een publieksevenement zoals de Dag van Europa en de Wereld Havendagen.
- Afstemming en coördinatie van de EFRO-content op de website 'Europa om de Hoek'.
- Voorbereiding van overleggen waar we content inbrengen, zoals bijvoorbeeld de brede landelijke communicatiewerkgroep, de jaarvergadering EFRO 2026 en landelijke overleggen zoals het PMO.

2.2 Samenwerking op lidstaatniveau

Hiermee bedoelen we samenwerking en kennisuitwisseling met andere Europese Fondsen in Nederland, vertegenwoordigers van de EC in Den Haag en Brussel, het IPO, het Europe Direct Netwerk en de ministeries. Dit houdt o.a. de volgende activiteiten in:

- Deelname aan de landelijke fonds overstijgende brede communicatiewerkgroep. Deze komt zo'n 2-3 keer per jaar bij elkaar onder leiding van de nationale communicatie coördinator voor Europese programma's in Nederland.
- We delen relevante content van deze partijen op onze sociale media.
- Op verzoek leveren wij input voor publicaties, evenementen of werkbezoeken.

2.3 Integrale communicatie over meerdere Europese programma's

EFRO-werkgroepleden maken tevens deel uit van de landelijke communicatiewerkgroepen JTF en GLB. Daardoor vindt een brede kennisuitwisseling en kruisbestuiving plaats.

Omdat Stimulus Programmamanagement in Zuid-Nederland zowel het EFRO-, JTF als GLB-programma uitvoert, hanteren we een eenduidige en integrale communicatieaanpak voor alle drie deze programma's. Dit is o.a. terug te zien op de [website](#), sociale media en in publicaties die we ontwikkelen.

3. Communicatiedoelgroepen, -doelstellingen en kernboodschap

3.1 Doelgroepen

Om de communicatiedoelstellingen van OPZuid te realiseren onderscheiden we vier doelgroepen. De communicatieaanpak sluit aan op de informatiebehoefte en rol van iedere doelgroep binnen het programma. In 2027 ligt de nadruk op het ondersteunen van projectpartners bij de uitvoering en afronding van projecten, het zichtbaar maken van de resultaten van het OPZuid programma tot nu toe en het voorbereiden op de volgende Europese programmaperiode.

1. Projectpartners, (potentiële) aanvragers, begunstigen, koepelorganisaties en intermediairs

Deze doelgroep bestaat uit organisaties die betrokken zijn bij de uitvoering of afronding van projecten of die deelnemen aan de laatste openstellingen binnen het programma. Hieronder vallen onder andere:

- Mkb-bedrijven in de bovenste drie lagen van de innovatiepiramide: koplopers, ontwikkelaars en toepassers.
- Consortia van mkb-bedrijven met:
 - Kennis,- en onderzoeksinstituten (mbo, hbo en wo);
 - maatschappelijke organisaties;
 - sectorale en brancheorganisaties;
 - regionale samenwerkingsverbanden, netwerken, verenigingen en coöperaties op het gebied van innovatie.
- Werkgeversverenigingen;
- Maatschappelijke organisaties;
- Studenten, jonge professionals en start-ups;
- Begunstigen van lopende en strategische EU-projecten.

2. Stakeholders

Stakeholders spelen een belangrijke rol bij de uitvoering, monitoring en verdere ontwikkeling van het programma. Hieronder vallen:

- EFRO-beheerautoriteiten in Nederland;
- De provincies Zeeland, Noord-Brabant en Limburg
- Het ministerie van Economische Zaken en Klimaat;
- De Europese Commissie;
- Het Comité van Toezicht;
- De Adviescommissie;
- De Stuurgroep;
- Triple- en quadruple-helixorganisaties;
- Regionale Ontwikkelingsmaatschappijen (ROM's);
- Europe Direct;
- Overige samenwerkingspartners binnen Europese programma's.

3. Publieke doelgroepen

De communicatie richting het brede publiek richt zich op het zichtbaar maken van de maatschappelijke impact van Europese investeringen in Zuid-Nederland. Hieronder vallen:

- Inwoners van Zuid-Nederland;
- Ondernemers;
- Politieke en bestuurlijke besluitvormers op lokaal, regionaal, nationaal en Europees niveau;
- Lokale, regionale, landelijke en vakmedia.

4. Interne organisatie

De interne communicatie richt zich op het informeren en betrekken van medewerkers die betrokken zijn bij de uitvoering van Europese programma's. Hieronder vallen:

- Medewerkers van Stimulus Programmamanagement;
- Medewerkers van de Zuid-Nederlandse provincies die betrokken zijn bij Europese programma's;

3.2 Communicatiedoelstellingen

De communicatie in 2027 staat in het teken van de succesvolle uitvoering en afronding van projecten in het OPZuid 2021-2027. Daarbij verschuift de nadruk van het informeren over subsidiemogelijkheden naar het zichtbaar maken van de resultaten, de maatschappelijke impact van projecten en de bijdrage van de Europese Unie aan innovatie en economische ontwikkeling in Zuid-Nederland.

1. Projectpartners, (potentiële) aanvragers en begunstigden

Voor deze doelgroep richten wij ons op de volgende communicatiedoelstellingen:

- Informeren over het bestaan van het programma en de mogelijk laatste subsidiemogelijkheden.
- Informeren en adviseren over het aanvragen van projecten, de processen, de besluitvorming en het belang van een gedegen projectadministratie en communicatievereisten.
- Ondersteunen van projectpartners bij het uitvoeren van de communicatieverplichtingen gedurende de looptijd en afronding van projecten;
- Adviseren over projectcommunicatie, media-aanpak, evenementen en de zichtbaarheid van Europese financiering;
- Inspireren met praktijkvoorbeelden, resultaten en succesvolle projecten uit de programmaperiode;
- Ondersteunen van projectpartners bij het zichtbaar maken van de maatschappelijke impact van hun project;
- Enthousiasmeren van begunstigden om als ambassadeur op te treden voor de resultaten van OPZuid en Europese samenwerking.

2. Stakeholders

Voor stakeholders richten wij ons op de volgende communicatiedoelstellingen:

- Informeren over de voortgang, resultaten en maatschappelijke impact van het programma;
- Consulteren e betrekken bij de totstandkoming van de regelingen.
- Verantwoording afleggen over de uitvoering van het communicatieplan;
- Delen van praktijkvoorbeelden, behaalde resultaten en geleerde lessen;
- Informeren over de ontwikkelingen rondom het nieuwe Meerjarig Financieel Kader (MFK) en de voorbereiding op de volgende Europese programmaperiode;

3. Publieke doelgroepen

Voor het brede publiek richten wij ons op de volgende communicatiedoelstellingen:

- Zichtbaar maken van de maatschappelijke impact van Europese investeringen in Zuid-Nederland;
- Informeren over de resultaten die met Europese middelen zijn gerealiseerd;
- Vergroten van de zichtbaarheid van de Europese Unie en de bijdrage van Europese programma's aan maatschappelijke opgaven;
- Vergroten van de bekendheid van OPZuid en de resultaten van Europese samenwerking.

4. Interne organisatie

Voor de interne organisatie richten wij ons op de volgende communicatiedoelstellingen:

- Informeren over de uitvoering van het OPZuid 2021-2027;
- Informeren over de ontwikkelingen rondom het nieuwe Meerjarig Financieel Kader;
- Delen van kennis, ervaringen en geleerde lessen uit de programmaperiode;

3.3 Kernboodschap

Europa investeert samen met ondernemers, kennisinstellingen, maatschappelijke organisaties en overheden in innovatieve oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen. Dankzij deze samenwerking ontstaan nieuwe producten, technieken en toepassingen die bijdragen aan een duurzamer, gezonder, veiliger en economisch sterker Zuid-Nederland.

Met OPZuid stimuleert de Europese Unie samenwerking, innovatie en kennisontwikkeling. Europese cofinanciering helpt organisaties om vernieuwende ideeën te ontwikkelen, samen te werken over sectoren en regio's heen en innovaties sneller naar de praktijk te brengen.

4. Aanpak en acties in het kader van de speerpunten

4.1. Speerpunt 1: Ondersteunen van aanvragers bij succesvolle uitvoering en afronding en het delen van kennis, resultaten en goede voorbeelden.

2027 is een belangrijk uitvoeringsjaar voor het OPZuid 2021-2027. De nadruk verschuift daarom van het informeren over subsidiemogelijkheden naar het ondersteunen van projectpartners bij de uitvoering en afronding van hun projecten. Tegelijkertijd benutten we dit programmajaar om de resultaten van projecten zichtbaar te maken en de kennis en ervaringen die gedurende de programmaperiode zijn opgedaan, breed te delen.

Aanvragers spelen hierin een centrale rol. Zij zijn de belangrijkste ambassadeurs van de resultaten van OPZuid. Stimulus ondersteunt hen daarom actief bij het voldoen aan de communicatieverplichtingen, het organiseren van communicatiemomenten en het zichtbaar maken van de maatschappelijke impact van hun project.

Naast ondersteuning bij individuele projecten zetten we in op kennisdeling tussen aanvragers. Door succesvolle praktijkvoorbeelden, communicatieaanpakken en geleerde lessen te verzamelen en actief te delen, versterken we niet alleen de kwaliteit van de communicatie binnen de lopende projecten, maar dragen we ook bij aan de voorbereiding van een nieuwe Europese programmaperiode.

4.1.1 Aanvragers

Potentiële aanvragers en intermediairs zijn een belangrijke communicatiedoelgroep. Zij worden gedurende de looptijd en afronding van hun project ondersteund bij alle communicatieactiviteiten die bijdragen aan een goede zichtbaarheid van de Europese Unie en de resultaten van OPZuid.

De ondersteuning richt zich onder andere op:

- Het adviseren over de communicatieverplichtingen die voortvloeien uit de Europese regelgeving;
- Het ondersteunen bij de ontwikkeling van projectverhalen, interviews en praktijkvoorbeelden;
- Het begeleiden van persmomenten en mediaoptredens;
- Het ondersteunen bij de organisatie van projectevents, open dagen en werkbezoeken;
- Het ontwikkelen van communicatiemiddelen zoals video's, fotografie en socialmediacontent;
- Het vergroten van het bereik van communicatie-uitingen via de communicatiekanalen van Stimulus en haar partners.

Door gedurende de looptijd nauw contact te onderhouden met projectpartners kunnen communicatiemomenten optimaal worden benut en worden resultaten op het juiste moment zichtbaar gemaakt.

4.1.2 Communicatieactiviteiten

Om bovenstaande doelstellingen te realiseren voeren wij in 2027 onder andere de volgende activiteiten uit:

- Persoonlijke ondersteuning van aanvragers bij communicatievraagstukken gedurende de uitvoering en afronding van projecten;

- Organisatie van regionale voorlichtingsbijeenkomsten voor de laatste openstelling binnen het programma, indien nodig;
- Ontwikkeling en actualisatie van factsheets, handleidingen, formats, checklists en veelgestelde vragen;
- Publicatie van actuele informatie over subsidiemogelijkheden, projectresultaten en praktijkvoorbeelden op de programmawebpage;
- Uitgifte van digitale nieuwsbrieven voor projectpartners, stakeholders en geïnteresseerden;
- Ondersteuning bij projectevents, werkbezoeken en andere communicatiemomenten.
- Verzamelen en delen van succesvolle communicatievoorbeelden en good practices;
- Vastleggen van geleerde lessen uit de programmaperiode als basis voor toekomstige Europese programma's.

4.1.3 Specificatie van de betrokken doelgroepen

1. MKB-bedrijven

- Hightech maakindustrie (precisietechnologie, fijnmechanica, elektronica, optomechanica)
 - Mechatronica, robotica, drones, mechatronische sensoren
 - Communicatie- / IT-bedrijven met ervaring in cyberbeveiliging, data-verwerking, AI-software
 - Logistiek en onderhoudsbedrijven met militaire of operationele leanings (service, aftersales, reparatie)
 - Bedrijven in maritieme technologie (scheepsbouw, onderhoud), voertuigenbouw, defensiecomponenten
- **Dual-use potentie:** dat wil zeggen, bedrijven die producten/diensten leveren die civiel én militair inzetbaar zijn, of technologieën die in beide domeinen bruikbaar zijn (bijv. UAV/drones, communicatiesystemen, radarsensoren, AI-algoritmes).

2. Regionale clusters in Zuid-Nederland

Cluster / Hotspot	Provincies / Regio's	Focusgebieden / Sterktes
Hightech Systems & Materials (HTSM)	Brabant, Limburg	Hightech maakindustrie, elektronica, semicon, precisietechnologie.
Agrofood	Zuid-Nederland (Brabant, Limburg, Zeeland)	R&D in voedseltechnologie, biobased materialen etc.
Chemie	Limburg (Chemelot), Zeeland-West-Brabant etc.	Chemische productie en R&D, ook met defensie-relevantie bij bijv. materialen of speciale chemicaliën.
Life Sciences & Health	Zuid Nederland in brede zin	Hoewel niet direct militair, overlap bij medische technologie/drone & robotica in veerkracht, geneeskundige ondersteuning etc.
Logistiek / onderhoud & service / maintenance	Campussen en regio's in Brabant, Limburg, Zeeland	Complexe supply chains, onderhoudscentra, reparatiediensten.
Maritiem & scheepsbouw	Zuid-Holland / Zeeland	scheepsbouw, maritieme technologie, onderhoud, haveninfrastructuur.)
Aerospace Cluster	Zuid-Holland (TU Delft, NLR etc.)	Lucht-/ruimtevaart, satellieten, navigatie etc.
Smart Industry Hub Zuid / fieldlabs / campussen	heel Zuid NL: Brainport Campus, Brightlands Campussen, Business Park Aviolanda, Gate2	

3. Onderzoeksorganisaties

Voor toegepast onderzoek / pre-competitief onderzoek / prototyping / testen / validatie, zeker met dual-use, militaire toepassingspotentieel, AI, cyber etc. Voorbeelden:

- **TNO** – al actief op defensie, cyber, AI, luchtvaart, maritiem
- **NLR (Netherlands Aerospace Centre)** – voor luchtvaart, ruimtevaart, sensoren, navigatie
- **MARIN** (maritiem onderzoek & technologie) – scheepsmodellen, maritieme systemen, monitoring
- Regionale onderzoeksinstituten / R&D-labs verbonden aan universiteiten / hogescholen in Zuid-Nederland (zie ‘kennisinstellingen’ hieronder).

4. Kennisinstellingen

Onderwijs- en onderzoeksinstituten op HBO / WO (en eventueel MBO voor specifieke technologische of vakgerichte opleidingen) die:

- (mede)expertise hebben op AI, cyber, data science, robotica, elektronica, satelliet/navigatie, mechatronica etc.
- beschikken over faciliteiten voor prototyping, testen, labs etc.
- actief zijn in publiek-private samenwerkingen.

Voorbeelden:

Type instelling	Voorbeelden / gebieden van expertise
Universiteiten	TU Delft (Zuid-Holland) – luchtvaart / ruimtevaart, AI, systeem engineering; Universiteit Maastricht; Technische Universiteit Eindhoven
HBO / Hogescholen	Fontys Hogescholen – kennisthema’s zoals Enabling Technologies, Applied AI, Avans Hogeschool, BUAS etc.
MBO / regionaal technisch onderwijs	opleidingen met focus op technologie, onderhoud, elektrotechniek, ICT
Campussen / innovatiecentra / science parks	Brainport Industries Campus, Brightlands Campussen in Limburg, RDM Campus, TU Delft Campus, YES!Delft

De genoemde doelgroepen zullen wij verder in kaart brengen na goedkeuring van de voorgestelde openstelling door het Comité van Toezicht.

4.2 Speerpunt 2: Faciliteren en ondersteunen van strategische EU-projecten

Begunstigden van strategische EU-projecten en van projecten met een omvang van meer dan 10 miljoen euro organiseren ten minste één evenement over het project, waarbij de steun van de Europese Unie prominent wordt vermeld. Daarbij denken wij aan een evenement of activiteit bij de start van het project en / of een open dag gedurende de uitvoering van het project. De beheerautoriteit, de Europese Commissie en het CvT worden tijdig op de hoogte gebracht om hen de mogelijkheid te bieden het evenement bij te wonen. Daarnaast is het evenement of de activiteit toegankelijk voor media en worden mogelijke eindgebruikers uitgenodigd. De kosten voor dit evenement zijn subsidiabel en mogen worden gedeclareerd.

Communicatie met en over strategische EU-projecten start na de toekenning van subsidie. De communicatie heeft als doel de projecten maatschappelijk te profileren en daarmee bij de publieke doelgroepen de zichtbaarheid te vergroten van de EU-steun en toegevoegde waarde van Europese regionale programma’s. In de communicatie over de strategische EU-projecten werken begunstigden, beheerautoriteit en landelijke vertegenwoordigers van Europese programma’s nauw samen, aangezien gezamenlijke, gecoördineerde inspanningen een hogere toegevoegde waarde en bereik hebben dan gefragmenteerde acties.

Activiteiten:

- ✓ Ontwikkeling van een [factsheet projectcommunicatie](#) en een [factsheet strategische EU-projecten](#) waarin communicatieverplichtingen en kansen beschreven worden.
- ✓ Persoonlijke kennismaking met het communicatieteam van Stimulus tijdens het startgesprek en bespreking van de communicatieverplichtingen en -kansen.

- ✓ Het opstellen van een gezamenlijk nieuwsbericht na beschikking van het project.
- ✓ Promotie van media-aandacht voor het project door middel van issuemaking (denk bijv. aan het pitchen van het project bij journalisten, regelen van interviews, deelname aan publieke evenementen).
- ✓ Ondersteuning van de begunstigde bij de organisatie van een event/activiteit of open dag.
- ✓ Interviews met de begunstigde t.b.v. interne en externe media.
- ✓ Communicatie over de strategische EU-projecten via sociale media, de programmawebsite en centrale landelijke website 'Europa om de hoek'.
- ✓ Het ontwikkelen van een projectvideo.
- ✓ Organisatie van werkbezoeken en presentaties.
- ✓ Het volgen van good practices die gedeeld worden binnen het INFORM EU-netwerk voor kennisdeling en inspiratie.

Op dit moment zijn de volgende strategische EU-projecten verleend binnen het OPZuid:

Transitie	Projectnaam	Communicatie uitingen
Gezondheid (NB)	Arvina	Projectvideo Nieuwsbericht (Stimulus) Event: 8 oktober 2025 • DTV Nieuws, Brabant werkt aan innovaties in borstkankerzorg • ED, 14 december 2023: 'Eindhovens bedrijf werkt aan innovatieve borstreconstructie na herstel kanker
Gezondheid (LIM)	Skinergy	Projectvideo (nog niet beschikbaar, wordt in Q3 2026 ontwikkeld) Nieuwsbericht (Stimulus) Event: wordt in Q3 2026 meegenomen ter voorbereiding. • De Limburger, 9 mei 2025: 'Ons instrument beschermt patiënt tegen schade'
Grondstoffen (NB)	Paulownia: De klimaatboom om op te bouwen	Projectvideo Nieuwsbericht (Stimulus) Event: 18 september 2025 • Omroep Brabant, 9 september 2025: 'Zundert wil bomenhoofdstad worden, Treeport is het visitekaartje' • Wordt als project in minicampagne 'Razende Reporter' in samenwerking met Noord-Brabant gefilmd om resultaten te benadrukken.

Klimaat (NB)	Van Vergrijzing naar Vergroening op sociale huurwoningen (ROEF)	Projectvideo Nieuwsbericht (Stimulus) Event: 12 juni 2025 • Studio040, 27 juni 2025: ‘Woensel-West krijgt groene daken: Plantjes, beestjes en opgeslagen regenwater’ • Change Inc., 20 december 2024: ‘Dit groene dak bespaart energie, verkoelt, slaat water op en versterkt de biodiversiteit’ • Solar Magazine, 17 februari 2024: ‘ROEF lanceert schuin groen dak met zonnepanelen voor woningcorporaties’ • Milieu Magazine, editie 6 2023 (p. 28): ‘Slimme energiedaken met groen gezicht’ • Trudo, 12 oktober 2023: ‘Tiny woont in een woning met groen ROEF®-dak: “Ik vind het prachtig!”
Klimaat (ZL)	Duurzame PFAS, PFOS en GenX afbraak in afvalwater	Projectvideo (nog niet beschikbaar) Nieuwsbericht (Stimulus) Event: wordt in Q4 2026 voorbereid. • H2O Waternetwerk, 19 juli 2025: ‘Groen licht voor pilotinstallatie veelbelovende PFAS-verwijdering technologie’ • PZC, 13 juli 2025: ‘Zeeuwse ondernemers ontdekken samen met Drents bedrijf manier om PFAS af te breken’
Landbouw en Voeding (NB)	Freya: natuurlijke stikstof voor het telen van gewassen	Projectvideo Nieuwsbericht (Stimulus) Event: 25 september 2025 • ED/BD/AD, 21 februari 2024: ‘Bliksemwater’ Vital Fluid doet wonderen in groentekwekerij’ • Milieu Magazine, editie 6 2023 (p. 22): ‘Innovatieve kunstmest uit lucht en water’
Landbouw en Voeding (NB)	Zalmboerderij Maashorst	Projectvideo Nieuwsbericht (Stimulus) Event: 11 september 2025

		- Vismagazine, 6 november 2025: ‘We kweken hier in harmonie met de natuur’ - BD, 25 september 2025: ‘Van varkensstal naar zalmboerderij: kijkje in de keuken van project dat 1 miljoen euro subsidie kreeg’
Landbouw en voeding (ZL)	Plant-Based Seafood	Projectvideo Nieuwsbericht (Stimulus) Event: 15 januari 2025 - BN de Stem/PZC/AD/HLN, 19 december 2023: ‘Zeeuws project krijgt 1,1 miljoen euro voor het maken van visvervangers, allemaal dankzij een walvishaai’ - Brabant in Business, 19 december 2023: ‘Plantaardige visrevolutie dankzij Europese Investing in Zeeuws-Brabantse Innovatieketen’ - VMT, 19 december 2023: ‘Producenten werken samen aan verdere innovatie plantaardige visalternatieven door subsidie’ - Levensmiddelenkrant, 19 december 2023: ‘Subsidie voor visalternatieven’ - FD, 18 december 2023: ‘Overheidssubsidie voor start-up in plantaardige visvervangers’ - Change inc., 18 december 2023: ‘Impuls voor visvervangers: Zeeuws-Brabantse bedrijven ontvangen Europese subsidie’
Energie (NB)	Living Lab Iron Fuel Technology (RIFT)	Projectvideo Nieuwsbericht (Stimulus) Event: 10 oktober 2025 - NRC, 1 september 2025: ‘Van ijzerpoeder tot geluidstrillingen: deze drie bedrijven vonden nieuwe vormen van schone energie’ - Change Inc., 15 mei 2025: ‘Industrie klaar om schoon ijzerpoeder van RIFT te gebruiken als energiebron: voor 3 miljard aan contracten op stapel’
Energie (NB)	Circulaire Multicolour Gevel PV-fabriek	Projectvideo

		Nieuwsbericht (Stimulus) Event: wordt nog gepland. Milieumagazine nummer 1, februari 2025: ‘Gekleurde zonnepanelen verduurzamen de stad’
Energie (NB)	GENIUS - Grid Efficiency & Network Integration for Universal Sustainability	Projectvideo Nieuwsbericht (Stimulus) Event: 18 november 2024 - Change Inc., 6 maart 2025: ‘TU Eindhoven laat zien hoe je met slimme superbatterij netcongestie op industrieterreinen en campussen kunt oplossen’ - Milieu Magazine, editie 8 2024 (p. 34): ‘GENIUS-project pakt netcongestieproblematiek aan’ - NU.nl, 19 november 2024: ‘In Eindhoven hebben ze hun eigen stroomprobleem opgelost’ - Eindhovens Dagblad, 19 november 2024: ‘Een miljoen AA-batterijen in één: TU Eindhoven onthult superbatterij’ - Solar Magazine, 19 november 2024: ‘Primeur Universiteit Eindhoven met megabatterij’ - De Volkskrant, 18 november 2024: ‘In Eindhoven hebben ze hun eigen stroomprobleem opgelost’ - Studio040, 18 november 2024: ‘Batterij van containerformaat moet TU/e van stroomproblemen afhelpen’ - Omroep Brabant, 18 november 2024: ‘Universiteit lost stroomproblemen zelf op met een grote batterij’
Klimaat (NB)	Connect2Construct	Startgesprek volgt.

Uit de zevende call van het OPZuid programma is nog één strategisch project in de verleningsfase, ‘Duurzaam waterbeheer’. Dit project is ingediend onder de transitie Grondstoffen en is een Zeeuws project.

De communicatie met begunstigden van zowel strategische als niet-strategische projecten start als de beschikking op de deurmat valt. Daarin staan o.a. de verwachtingen beschreven op het vlak van promotie en

publiciteit. Dit onderwerp komt tevens terug op de agenda van het startgesprek met het project. We nemen met de projectpartners de communicatieverplichtingen en verwachtingen door, maar benadrukken vooral de kansen die een nauw contact met het communicatieteam van Stimulus Programmamanagement biedt. Denk daarbij aan advies over communicatie-uitingen, persberichten en evenementen, het verstrekken van advies en richtsnoeren en het vergroten van het bereik op sociale media door de inzet van het netwerk van de beheerautoriteit en programmapartners.

Omdat in deze programmaperiode de meeste projecten een permanente plaat moeten plaatsen, krijgen alle projectpartners bij het startgesprek een permanente plaat van ons. Elke begunstigde heeft echter de vrijheid om een eigen permanente plaat te ontwikkelen, mits deze voldoet aan de vereisten.



4.3 Speerpunt 3: Het verhaal van OPZuid 2021-2027 tot nu toe

Met de uitvoering van het OPZuid 2021–2027 gaan we richting afronding van een programmaperiode waarin honderden organisaties hebben samengewerkt aan innovatieve oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen in Zuid-Nederland. In 2027 nemen we de tijd om hierop terug te kijken en het verhaal van OPZuid tot nu toe te vertellen. We laten zien hoe ideeën zijn uitgegroeid tot concrete innovaties, hoe samenwerkingen zijn ontstaan en welke bijdrage projecten hebben geleverd aan maatschappelijke en economische ontwikkelingen in de regio. Daarbij brengen we niet alleen de resultaten in beeld, maar ook de ervaringen, samenwerkingen en lessen die gedurende de programmaperiode zijn opgedaan.

Door de verschillende verhalen met elkaar te verbinden, ontstaat een compleet beeld van de ontwikkeling van OPZuid en de rol die Europese financiering daarin heeft gespeeld. Waar het gezamenlijke verhaal van jarenlange samenwerking, innovatie en ontwikkeling ontstaat.

Gedurende het jaar bouwen we dit verhaal stap voor stap op. We combineren projectverhalen, interviews, praktijkvoorbeelden, cijfers en persoonlijke ervaringen tot een samenhangend overzicht van wat de programmaperiode heeft opgeleverd en welke betekenis dit heeft voor Zuid-Nederland.

Communicatieactiviteiten

- Verzamelen en uitwerken van verhalen uit de gehele programmaperiode;
- Interviewen van projectpartners, ondernemers, onderzoekers en andere betrokkenen;
- Vastleggen van praktijkvoorbeelden en geleerde lessen;
- Ontwikkelen van projectverhalen, interviews en terugblikken;
- In beeld brengen van de ontwikkeling van projecten van idee tot resultaat;
- Bundelen van verhalen, cijfers en praktijkvoorbeelden in een afsluitende programmapublicatie;
- Delen van verhalen via de verschillende communicatiekanalen van Stimulus en de programmapartners.

4.4 Speerpunt 4: Vergroten van de zichtbaarheid van de Europese Unie

Om de zichtbaarheid van Europese programma's en projecten te vergroten en Europa dichterbij de burger te brengen, volgen we onderstaande werkwijze:

- De vraag 'Wat heeft de burger eraan (nu of in de toekomst)' zetten we centraal.
- We informeren niet alleen bij de toekenning van het geld, maar juist ook wanneer de resultaten van het project bekend zijn.
- We blijven dichtbij de leefwereld van burgers (herkenning).
- We passen de kracht van herhaling toe.
- We laten zoveel mogelijk anderen het verhaal vertellen: hoe is het succes tot stand gekomen?

De activiteiten in het kader van zichtbaarheid zijn onder te verdelen in:

1. Projecten en Europese programma's in de media.
2. Publieksevents.
3. Ambassadeurs.

4.4.1 Projecten en Europese programma's in de media

4.4.1.1 Issuemaking

De issuemakingcampagne richt zich in 2027 op strategische EU-projecten en andere projecten met een sterke maatschappelijke of innovatieve nieuwswaarde. Door projectresultaten actief te koppelen aan actuele ontwikkelingen, maatschappelijke thema's en relevante nieuwsgebeurtenissen vergroten we de zichtbaarheid van zowel de projecten als de bijdrage van de Europese Unie.

De campagne bouwt voort op de succesvolle aanpak uit voorgaande jaren. We blijven inzetten op een brede mediabenedering waarbij regionale, landelijke en vakmedia elkaar versterken. Daarbij werken we wederom met één overkoepelend campagnethema, '**Gezonde omgeving**', dat de verschillende transities met elkaar verbindt en ruimte biedt om projecten vanuit meerdere invalshoeken onder de aandacht te brengen.

Binnen iedere transitie ontwikkelen we gerichte verhalen die aansluiten bij de actualiteit en de informatiebehoefte van specifieke doelgroepen en redacties.

Transitie	Verhaallijn 2027
Gezondheid	Innovaties die bijdragen aan betere zorg, preventie en een gezondere samenleving.
Landbouw & Voeding	Duurzame voedselproductie, circulaire landbouw en innovatieve eiwittransitie.
Energie	Een betrouwbaar, betaalbaar en duurzaam energiesysteem voor de toekomst.
Klimaat	Innovaties die bijdragen aan een klimaatbestendige leefomgeving.
Grondstoffen	Slimmer omgaan met grondstoffen en de versnelling van de circulaire economie.
Defensie & Veiligheid	Innovaties die bijdragen aan een veilig, weerbaar en technologisch sterk Nederland.

Activiteiten

Issuemonitoring

We blijven maatschappelijke ontwikkelingen, actualiteiten en relevante nieuwsberichten monitoren om kansen te signaleren voor projectcommunicatie. Door actuele thema's te koppelen aan projectresultaten vergroten we de relevantie van onze communicatie en versterken we de zichtbaarheid van Europese programma's.

De resultaten van de issuemonitoring gebruiken we om:

- Actuele maatschappelijke ontwikkelingen te verbinden aan projecten;
- Nieuwe kansen voor publiciteit te signaleren;
- Relevante journalisten en redacties actief te benaderen;
- Projectpartners tijdig te informeren over communicatiemogelijkheden;
- De zichtbaarheid van Europese projecten via eigen communicatiekanalen verder te vergroten.

Mediabenedering

Alle strategische EU-projecten en andere mediagenieke projecten blijven onderdeel van de centrale mediadatabase. Per project brengen we de belangrijkste resultaten, communicatiemomenten, woordvoerders en maatschappelijke relevantie in kaart.

Op basis hiervan ontwikkelen we gerichte mediapitches en benaderen we actief regionale, landelijke en vakmedia. Daarbij ligt de nadruk op projectresultaten, innovaties, praktijkvoorbeelden en de maatschappelijke impact van Europese investeringen. Waar mogelijk combineren we media-aandacht met projectbezoeken, demonstraties, interviews en projectevents.

Sociale media

Sociale media blijven een belangrijk instrument om de resultaten van Europese projecten zichtbaar te maken. LinkedIn blijft het belangrijkste kanaal voor ondernemers, kennisinstellingen, bestuurders en professionals. Instagram zetten we in om jongeren en een breder publiek te bereiken met toegankelijke en visueel aantrekkelijke content.

De contentkalender voor 2027 sluit aan op de overkoepelende impactcampagne en bestaat onder meer uit:

- Projectresultaten;
- Praktijkverhalen (op basis van impact in regio);
- Interviews met ondernemers, onderzoekers en projectpartners;
- Projectvideo's;
- Infographics en cijfers over zeven jaar OPZuid;
- Werkbezoeken en projectevents;
- Relevante Europese themadagen en maatschappelijke ontwikkelingen;
- Vooruitblik op de nieuwe Europese programmaperiode.

Gemiddeld publiceren we twee tot drie berichten per week. Daarbij stimuleren we projectpartners, provincies en collega's om content actief te delen via hun eigen netwerken, zodat het gezamenlijke bereik verder wordt vergroot.

4.4.2 Publieksevenementen

Publieksevenementen vormen in 2027 een belangrijk middel om de resultaten van Europese investeringen zichtbaar te maken en Europa dichterbij inwoners, ondernemers en bestuurders te brengen. We sluiten aan bij evenementen die aansluiten op de maatschappelijke opgaven binnen de verschillende transitieën en benutten deze momenten om projecten, innovaties en de bijdrage van de Europese Unie onder de aandacht te brengen.

Naast landelijke evenementen, zoals de Dag van Europa en de Wereldhavendagen, zetten we in op projectbezoeken, open dagen, demonstraties en regionale innovatiefestivals. Waar mogelijk combineren we deze activiteiten met projectpresentaties, media-optredens en werkbezoeken van bestuurders en vertegenwoordigers van de Europese Commissie.

Door samen te werken met de andere beheerautoriteiten, de Europese Commissie, provincies en projectpartners vergroten we het bereik van deze evenementen en versterken we de gezamenlijke zichtbaarheid van Europese programma's. In de loop van 2027 wordt de evenementenkalender verder ingevuld op basis van de planning van strategische projecten, maatschappelijke ontwikkelingen en relevante regionale en landelijke evenementen.

4.5 Speerpunt 5: Jaarlijkse deelname aan de jaarvergadering EFRO

In 2027 nemen wij, samen met de andere Nederlandse EFRO-beheerautoriteiten, het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat en de Europese Commissie, deel aan de jaarlijkse evaluatievergadering over de voortgang en resultaten van de EFRO-programma's in Nederland. Tijdens deze bijeenkomst, georganiseerd door SNN, staan de uitvoering van de programma's, de behaalde resultaten, de maatschappelijke impact en de voorbereiding op de volgende Europese programmaperiode centraal. Waar mogelijk leveren wij een actieve inhoudelijke bijdrage aan het programma, onder andere door praktijkvoorbeelden, projectresultaten en communicatie-ervaringen vanuit OPZuid te delen.

4.6 Speerpunt 6: Informeren over het nieuwe MFK

In 2027 informeren wij stakeholders, projectpartners en de interne organisatie over de ontwikkelingen rondom het nieuwe Meerjarig Financieel Kader en de mogelijke gevolgen voor de regionale uitvoering van Europese programma's. Daarbij vertalen we Europese en landelijke ontwikkelingen naar heldere en bruikbare informatie

voor bestuurders, beleidsmedewerkers, programmamedewerkers en andere betrokkenen. We besteden aandacht aan de inhoudelijke koers van het nieuwe MFK, de verwachte positie van regionale programma's, de gevolgen voor de uitvoering en de stappen die nodig zijn om de organisatie tijdig voor te bereiden op een volgende programmaperiode.

De communicatie richt zich zowel op kennisdeling alsook op bewustwording. Intern organiseren we informatiesessies en delen we periodieke updates over relevante besluitvorming en beleidsontwikkelingen. Richting stakeholders en collega-overheden maken we zichtbaar welke rol regionale uitvoeringsorganisaties spelen bij het realiseren van Europese doelstellingen en welke meerwaarde een regionale aanpak heeft voor ondernemers, kennisinstellingen en maatschappelijke organisaties. Daarbij zoeken we actief de samenwerking met andere Nederlandse beheerautoriteiten en uitvoeringsorganisaties, zodat informatie waar mogelijk gezamenlijk wordt gedeeld en gedeeld.

4.7 Speerpunt 7: Het borgen van de kennis van deze programmaperiode

Met een belangrijk uitvoeringsjaar in 2027 van het OPZuid 2021–2027 bouwen we aan een programmaperiode waarin veel kennis, ervaring en succesvolle samenwerkingen worden opgedaan. Deze inzichten zijn waardevol voor toekomstige Europese programma's en verdienen het om behouden én verder benut te worden. Daarom zetten we in 2027 in op het actief borgen van de opgedane kennis, zowel binnen Stimulus alsook samen met onze partners.

Gedurende het jaar brengen we in beeld welke communicatieaanpakken effectief zijn gebleken, welke projecten als inspirerend voorbeeld kunnen dienen en welke lessen zijn geleerd tijdens de uitvoering van het programma. Daarbij kijken we niet alleen naar de communicatie over projecten, maar ook naar de samenwerking met projectpartners, de inzet van media, de zichtbaarheid van de Europese Unie en de wijze waarop complexe innovaties toegankelijk zijn gemaakt voor verschillende doelgroepen.

De verzamelde inzichten vertalen we naar praktische handvatten die direct toepasbaar zijn binnen toekomstige Europese programma's. Op deze manier bouwen we voort op de ervaring van de afgelopen jaren en voorkomen we dat waardevolle kennis verloren gaat bij de overgang naar een nieuwe programmaperiode.

Daarnaast zorgen we ervoor dat inspirerende projectverhalen, video's, fotografie, infographics en andere communicatiemiddelen duurzaam beschikbaar blijven. Deze content vormt ook na afloop van OPZuid een waardevolle bron om de impact van Europese investeringen zichtbaar te maken en het verhaal van Europa in Zuid-Nederland te blijven vertellen.

Activiteiten

- Evalueren van de communicatieaanpak van OPZuid 2021–2027 en het vastleggen van de belangrijkste inzichten;
- Inventariseren van succesvolle communicatievoorbeelden, projectverhalen en praktijkervaringen uit de programmaperiode;
- Opstellen van een overzicht met best practices, leerpunten en aanbevelingen voor toekomstige Europese programma's;
- Documenteren van ervaringen met projectcommunicatie, mediarelaties, sociale media, evenementen en stakeholdercommunicatie;
- Behouden en structureren van waardevolle communicatiemiddelen, zodat deze ook na afloop van het programma beschikbaar blijven;
- Organiseren van interne kennisdelingssessies waarin ervaringen en geleerde lessen worden gedeeld met collega's en programmateams;
- Delen van relevante inzichten met projectpartners, provincies, het ministerie van Economische Zaken, de Europese Commissie en de andere Nederlandse beheerautoriteiten;

Benutten van de opgedane kennis als input voor de verdere ontwikkeling van de communicatieaanpak binnen toekomstige Europese programma's.

5. Communicatiekanalen

Bij alle communicatieactiviteiten die we ondernemen, kiezen we voor een crossmediale aanpak, zodat kruisbestuiving optreedt tussen verschillende media.

5.1 Overzicht

1. Programmawebsite (de website van Stimulus is 10 jaar oud. Eind 2026 wordt deze vernieuwd om te kunnen voldoen aan moderne eisen op het gebied van informatiebeveiliging, digitoegankelijkheid en navigatie. Kosten worden evenredig verdeeld over de programma's).
2. Online media
 - ✓ Sociale media.
 - ✓ Digitale nieuwsbrieven.
 - ✓ Video's.
 - ✓ Externe kanalen programmapartners, Europa om de Hoek en EC.
3. Evenementen
 - ✓ Werkbezoeken.
 - ✓ Voorlichtingsbijeenkomsten.
 - ✓ Publieksevents en issuemomenten.
4. Print media
 - ✓ Factsheets.
 - ✓ Artikelen, opiniestukken en persberichten in regionale-, landelijke- en vakbladen.
 - ✓ Duurzame platen.

5.2. Communicatiekanalen lidstaat en Europese Commissie

Zoals afgesproken in de fondsoverstijgende communicatiewerkgroep en tijdens de Country Team Meeting, zullen we input leveren voor de portaalwebsite Europa om de Hoek en de Kohesio-website van de EC. Daarnaast besteden we in onze communicatie aandacht aan relevante communicatiecampagnes van de EC zoals Regiostars en Dag van Europa.

6. Indicatoren voor monitoring en evaluatie van communicatie

- ✓ Aantal deelnemers aan voorlichtings- en andere bijeenkomsten en kwalitatieve feedback d.m.v. evaluatieformulieren;
- ✓ Aantal bezoekers op de programmawebsite;
- ✓ Volgers, bereik en interactie op onze sociale mediakanalen;
- ✓ Aantal publicaties in de media;
- ✓ Aantal publiekevents;
- ✓ Oplage en bereik bij mediacampagnes;
- ✓ Evaluatie met begunstigden na afloop van het project.

7. Begroting 2027

ACTIVITEIT	BEGROTING 2021-2027
Issuemakingcampagne	15.000,-
Ontwikkeling van middelen (o.a. projectvideo's)	20.000,-
Programmawebsite	5.000,-

Ontwikkeling kennisartikelen + content	5.000,-
TOTAAL	45.000,-

Voor de realisatie van alle communicatiedoelstellingen is voor de gehele programmaperiode 1,8 miljoen euro gereserveerd (te financieren vanuit technische bijstand en eigen middelen). De jaarbegroting wordt jaarlijks opgesteld o.b.v. de beoogde communicatieactiviteiten in dat jaar. De Issuemaking-campagne wordt breed ingezet voor meerdere Europese programma's. In 2027 zijn dat OPZuid 2021-2027, JTF en GLB. De kosten van de campagne worden verdeeld over deze programma's. De kosten voor 2027 vallen in verhouding met eerdere jaren lager uit, omdat het team veel zelfstandig zonder inzet van externe bureaus kan realiseren.